

**STRATEGI PT. BPRS ASAD ALIF SUKOREJO DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENGAMBIL
PRODUK TABUNGAN HAJI**



Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

MAULIDA DEWI AZ-ZAHRA

NIM : 1605015036

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2019

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp :4 (empat) eks

Hal :Naskah Tugas Akhir (TA)

A.n. Sdri Maulida Dewi Az-Zahra

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Di tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir (TA) saudara:

Nama : Maulida Dewi Az-Zahra

NIM :1605015046

Judul : "STRATEGI PT. BPRS ASAD ALIF SUKOREJO DALAM
MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENGAMBIL
PRODUK TABUNGAN HAJI".

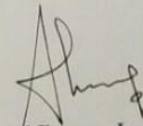
Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih..

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 03 Juli 2019

Dosen Pembimbing ,



Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.

NIP: 197512182005011002



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Tugas Akhir : Maulida Dewi Az-Zahra

NIM : 1605015036

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program Diploma III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal 26 Juli 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 26 Juli 2019

Ketua Sidang/ Penguji

Henny Yuningrum, S.E., M.Si.
NIP. 198106092007102005

Sekretaris Sidang/ Penguji

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 197512182005011002

Penguji Utama I

Prof. Dr. H. Mujiyono, M. A.
NIP. 195902151985031005

Penguji Utama II

Choirul Huda, M. Ag.
NIP. 197601092005011002

Pembimbing

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA.
NIP. 197512182005011002

MOTTO

ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ

Tolaklah (kejahatan itu) dengan cara yang lebih baik, maka tiba-tiba orang yang antaramu dan antara dia ada permusuhan seolah-olah telah menjadi teman yang sangat setia.

(Qs. Fussilat : 34)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, (Almarhum) Bapak Nanang Harmaen yang senantiasa memberikan dorongan, motivasi, dukungan, doa, dan restu dimasa hidupnya. Ibu Munfaziroh yang selalu memberikan motivasi, do'a, kasih sayang dan pengorbanan yang tulus selama ini dan terimakasih atas semua yang telah diberikan, semoga penulis dapat membalas dan memberikan kebahagiaan, Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan umur panjang bagi Mama dan adikku serta ketenangan bagi (Almarhum). *Amin*.
1. ADF, Mbak Nilna, Ibu, Bapak, terima kasih atas motivasi, support, doa, semangat, kebersamaan serta ketulusan yang selama ini telah di berikan.
2. Keluarga yang senantiasa memberi dukungan dan doa.
3. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang selalu membimbing dan mengajarkan saya banyak ilmu sampai tugas akhir ini dapat terselesaikan.
4. Puspita, Happy, Usnul, Monita, Sekar, Fita, terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus saudara terbaik baik bagi penulis, thanks untuk segala bantuan moril maupun materil, support, motivasi dan tak pernah bosan mendengar keluh kesah penulis. Sukses selalu untuk kalian. I love You All.
5. Teman-teman satu dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat dan saran dalam penyelesaian Tugas Akhir.
6. Teman-teman D3 Perbankan Syari'ah angkatan 2016 khususnya D3 PBS A yang selalu memberikan semangat dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 3 Juli 2019

Deklarator,



Maulida Dewi Az-Zahra

ABSTRAK

PT.BPRS Asad Alif Sukorjo merupakan lembaga keuangan yang berperan dalam menyimpan dana dan menyalurkan dana. BPRS Asad Alif Sukorejo bertempat di dekat jalan raya yang mudah dijangkau oleh masyarakat sehingga sangat strategis. Dalam kegiatan oprasionalnya BPRS Asad Alif Sukorejo menggunakan prinsip syariah.

Penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pihak BPRS Asad Alif Sukorejo, wawancara dengan masyarakat sekitar, observasi langsung, dan dokumen data dari BPRS Asad Alif Sukorejo. Serta data sekunder diperoleh dari buku-buku kepustakaan yang berkaitan dengan tema dan Tugas Akhir ini. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif.

Penelitian ini membahas tentang produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo, dimana produk tersebut merupakan simpanan dana yang menggunakan akad wadiah. Akad wadiah merupakan titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Jadi nasabah menitipkan dana tabungan haji kepada BPRS Asad Alif Sukorejo dimana dananya harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati antara nasabah dan Bank pada awal akad atau nasabah sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji.

Kata kunci: Produk tabungan haji, Akad wadiah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya serta segala puji bagi Allah yang telah merindhai dan mengilhami selama masa penulisan. Tanpa ridha dan ilham-Nya penulis tidak mampu untuk mempersembahkan Tugas Akhir ini. Sholawat serta salam tidak henti-hentinya tercurahkan untuk junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang kita nantiakan syafaat-Nya di yaumul khir.

Alhamdulillah berkat uapaya dan semangat yang optimis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan program studi D3 Perbankan Syariah di fakultas Ekonomi dan Bisni Islam di UIN Walisongo Semarang, sebagai penulis pemula tidak akan mudah untuk menulis sebuah tugas akhir yang bermutu tinggi maka dengan kerendahan hati penulis akan menyajikan sebuah karya tulisan atau Tugas Akhir dengan judul “STRATEGI PT. BPRS ASAD ALIF SUKOREJO DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKT MENGAMBIL PRODUK TABUNGAN HAJI.”

Pernyataan terimakasih sangat dalam penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag, MM, selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., MA., selaku Dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Kepada keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta keluarga besar program D3 di UIN Walisongo Semarang dan seluruh dosen yang telah memberi ilmu dan membimbing hingga terciptanya karya ini.

6. Ibu Ana Wafiah selaku pembimbing lapangan serta Manajer Operasional di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo beserta staf dan karyawan yang berkenan memberikan data dan informasinya.
7. Perpustakaan Universitas dan Fakultas yang telah meminjamkan buku-buku yang diperlukan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
8. (Almarhum) Papahku , Mamahku, Keluarga dan Sahabatku yang senantiasa mendukung dalam setiap langkahku dan selalu memberikan do'a dan dukungan yang tulus, ikhlas dan moril serta materil.
9. Teman-temenku D3 perbankan syariah yang membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Semarang, 03 Juli 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II STRATEGI DAN MINAT	
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi	14
2. Pengertian Pemasaran	14
B. Minat	17
1. Pengertian Minat	17
2. Faktor dan Fungsi Minat	17
1. Faktor yang Mempengaruhi Minat	17
BAB III GAMBARAN UMUM PT. BPRS ASAD ALIF SUKOREJO	
A. Sejarah PT. BPRS Asad Alif Sukorejo	19
B. Visi dan Misi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo	22
C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	23
D. Produk-Produk BPRS Asad Alif Sukorejo	28

**BAB IV ANALISIS ANALISIS STRATEGI BPRS ASAD ALIF SUKOREJO
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENGAMBIL
PRODUK TABUNGAN HAJI**

A. Strategi Peningkatan Minat	38
B. Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi	44

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era sekarang ini pertumbuhan dan perkembangan pembangunan ekonomi semakin pesat dan tak luput dari berbagai permasalahan yang sering kali bermunculan. Pemerintah pun mengeluarkan serangkaian kebijakan paket deregulasi di bidang keuangan, moneter, dan perbankan. Sejak saat itu dunia perbankan semakin semarak dan banyak bank-bank baru bermunculan.¹

Masyarakat di Negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan oleh masyarakat di Negara maju dan Negara berkembang antara lain berupa aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana. Di Negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian Negara. Di Negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terdapat pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.²

Perbankan nasional sebagai industri yang bergerak pada sektor jasa yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Lembaga perbankan di Indonesia dibedakan menjadi tiga, yaitu Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Lembaga perbankan juga masih terbagi lagi menjadi perbankan konvensional dan perbankan berdasarkan syariah (Bank Syariah). Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998. Dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah.³

¹ Usman Rachmadi, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*, Cet. 2, Ed.1, (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2003) Hal. 1

² Ismail, *Perbankan Syariah*, Cet. 1, Ed. 1, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011) Hal. 23

³ Yusmad Muammar Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Dan Praktik*, Cet. 1, Ed. 1, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) Hal. 14

Bank Syariah merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syariah. Sedangkan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah (Jambi, 2012:390). Lembaga keuangan ekonomi yang berbasis Syariah sekarang ini sangat beraneka ragam, berkembang dengan pesat karena dianggap lebih memiliki nilai lebih dibandingkan dengan lembaga keuangan lain yang Non-Syariah.

Bank akan semaksimal mungkin melakukan langkah-langkah daya tarik tersendiri terhadap produk-produk yang terdapat pada bank yang akan ditawarkan kepada calon nasabahnya baik dalam kegiatan penghimpunan dananya (*funding*) maupun kegiatan penyaluran dananya (*landing*) serta kegiatan dalam penawaran jasa lainnya. Agar target yang telah ditentukan oleh bank dapat tercapai dengan maksimal. Maka dari itu, dibutuhkan berbagai macam strategi pemasaran dan pelayanan yang dilakukan oleh pegawai bank agar jumlah nasabah mereka terus menerus meningkat sepanjang tahun.

Pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa perbankan, baik produk simpanan (giro, tabungan, dan deposito) pinjaman atau jasa-jasa bank lainnya dengan tujuan memberikan kepuasan para nasabahnya. Jumlah nasabah pada suatu perbankan syariah ditentukan oleh baik atau buruknya pelayanan yang diberikan. Kualitas pemasaran dan pelayanan merupakan suatu bagian yang penting bagi kelangsungan hidup suatu badan usaha khususnya perbankan. Karena baik pemasaran maupun pelayanan akan membawa keuntungan untuk pihak bank.⁴

Adapun Manajemen pemasaran pada Bank Umum Syariah tentunya manajemen pemasaran bank yang prinsip atau kaidah dan teknik manajemen yang ada relevansinya dengan Al qur'an atau hadits antara lain amar ma'ruf nahi munkar, kewajiban menegakkan kebenaran, keadilan, menyampaikan amanah dan jujur.

⁴ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Cet. 1, Ed. 1, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Hal.82

Haji dalam arti berkunjung ke suatu tempat tertentu untuk tujuan ibadah yang merupakan kewajiban yang ditetapkan oleh Allah SWT.⁵ Ibadah haji merupakan rukun islam yang ke-5, dan merupakan kewajiban bagi setiap muslim yang mampu (istatha'a) untuk menunaikannya.

Sebagaimana firman Allah dalam surah: QS. Ali 'Imran: 3/97.

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : *“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam”*.

Semangat setiap kaum muslimin untuk menunaikan ibadah haji terus meningkat setiap tahunnya dan merupakan cita-cita bahkan impian bagi seluruh umat islam. Baik orang kaya maupun yang ekonominya sederhana sangat menginginkan dan berharap agar dapat mengunjungi baitullah. Namun disamping keinginan yang sangat besar oleh para kaum muslimin terdapat permasalahan dimana biaya menunaikan ibadah haji yang sering kali menjadi kendala yang utama.⁶

Saat ini banyak terdapat perusahaan yang membuka biro perjalanan haji dan begitu juga perbankan syariah. Untuk menunjang pelaksanaan pemberangkatan dari tanah air dan pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi, pemerintah bahkan telah membuat berbagai macam kebijakan dan aturan petunjuk operasional pelaksanaan pengurusan jamaah di daerah-daerah. Undang-Undang No.13/2008 bahkan mengatur secara tegas manajemen pelayanan dan administrasi pelaksanaan ibadah haji di tanah air. Serta Undang-Undang nomor 17 tahun 1999 pasal 10 ayat 1 Pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (PBIH) dilakukan kepada rekening Mentri Agama melalui bank pemerintah dan/

⁵ Shihab Quraish, *Haji dan Umroh*, Cet. 1, (Tangerang: Lentera Hati, 2012) Hal. 1-6

⁶ Aqilla Umi, *Panduan Praktis Haji & Umrah*, Cet. 1, (Jakarta: Al-Maghfiroh, 2013) Hal. 5

atau bank swasta yang telah ditunjuk oleh Menteri Agama setelah mendapatkan pertimbangan dan persetujuan Gubernur Bank Indonesia.

Namun saat ini adapun permasalahan utama yang menjadi salah satu kendala dalam proses operasional pelaksanaan ibadah haji pada biro perjalanan haji maupun produk jasa perbankan syariah dalam bentuk produk tabungan haji yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan haji di perbankan syariah serta prosedur dalam mengikuti operasional pelaksanaan ibadah haji. Hal ini menjadi problematika yang pada umumnya dialami masyarakat menengah kebawah yang ingin mengikuti produk tabungan haji pada perbankan syariah

PT BPRS Asad Alif merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dan beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang terletak di Kabupaten Kendal dan berpusat di Sukorejo. Di dalam pengoprasionalnya BPRS Asad Alif kasmemiliki fungsi yang sama yaitu penghimpunan dana dari masyarakat untuk menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan.⁷

Salah satu dari produk pendanaan pada BPRS Asad Alif yaitu Tabungan Haji dengan Prinsip Wadiah. Tabungan Haji dari BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad Wadiah. Sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Bab I Pasal 1 menyebutkan bahwa Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang mampu menunaikannya.

Tabungan Haji adalah tabungan yang menggunakan prinsip wadiah yaitu dengan menitipkan atau menyimpan sejumlah uang ke bank dan uang tersebut dapat diambil sewaktu-waktu atau simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan. Karena adanya persaingan antar bank saat ini, maka Bank Indonesia yang memiliki produk Tabungan Haji dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat

⁷ Company Profil BPRS Asad Alif Sukorejo

untuk menjadi nasabah Bank Indonesia. Pemasaran yang dijalankan harus menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Berdasarkan uraian tersebut penulis ingin mengadakan penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank dengan judul “Peningkatan Kualitas Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan tugas akhir ini, diantaranya:

1. Bagaimana strategi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo dalam meningkatkan minat masyarakat mengambil produk tabungan haji.
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi hambatan dalam strategi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo dalam meningkatkan minat masyarakat mengambil produk tabungan haji.

C. Tujuan Dan Manfaat Hasil Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo dalam meningkatkan minat masyarakat mengambil produk tabungan haji.
2. Untuk mengetahui factor apa saja yang menjadi hambatan dalam strategi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo dalam meningkatkan minat masyarakat mengambil produk tabungan haji.

b. Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan lebih mengenai produk pendanaan berupa tabungan Haji dan mengetahui strategi dan faktor PT. BPRS Asad Alif Sukorejo

dalam meningkatkan minat masyarakat mengambil produk tabungan haji.

Serta diajukan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi syarat untuk memperoleh gelar ahli madya.

2. Bagi PT. BPRS Asad Alif Sukorejo

Dapat dijadikan evaluasi dan bahan pertimbangan bagi BPRS Asad Alif Sukorejo untuk lebih meningkatkan pengawasan terhadap nasabahnya.

3. Bagi D3 Perbankan Syariah

Sebagai tambahan referensi dan informasi wawasan bagi mahasiswa mengenai strategi dalam meningkatkan kualitas produk pendanaan dalam meningkatkan loyalitas nasbah.

4. Bagi Masyarakat

Sebagai informasi bagi masyarakat dalam pengajuan pembiayaan produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo.

D. Tinjauan Pustaka

Skripsi yang dibuat oleh Siti Iroh Masruroh. Dalam Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Simpanan Haji Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”. Skripsi tersebut menjelaskan tentang simpanan haji menggunakan system bagi hasil dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqoh, dalam melakukan strategi pemasaran banyaknya para pesaing tak hanya dari BMT melainkan dari bank dan biro perjalanan haji, strategi pemasaran yang diterapkan menggunakan empat komponen yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi distribusi.⁸

Skripsi yang dibuat Ihdini Maulida Rahmah. Dalam skripsi yang berjudul “Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji Pada BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan” menjelaskan bahwa pengelolaan dana tabungan haji di Bank BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan menggunakan pendekatan pusat pengumpulan dana (pool of funds approach).

⁸Siti Iroh Masruroh, “*Strategi Pemasaran Simpanan Haji Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*”, Skripsi Jurusan Muamalat (Ekonomi Islam), Fakultas Ilmu Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Jakarta 2010.

Sosialisasi BNI Syariah kepada masyarakat kurang optimal karena BNI Syariah tidak bekerjasama dengan Pemerintah dan KBIH dalam hal pengelolaan dana tabungan haji. BNI Syariah hanya sebagai Bank Penerima Setoran (BPS).⁹

Skripsi yang dibuat oleh Lailatul Zulfah. Dalam Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. Bni Syariah Tbk Cabang Jakarta Timur”. Skripsi tersebut Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji dengan analisa statistik. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner/angket. Di dalam skripsi menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan haji, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah tabungan haji.¹⁰

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹¹ Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan dimana dalam proses penelitian penulis terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan. Metode penelitian yang dipilih yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme dalam penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsi dan menganalisa terhadap situasi sosial,

⁹Ihdini Maulida Rahmah, “*Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji Pada BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*”, Skripsi Jurusan Muamalat (Ekonomi Islam), Fakultas Ilmu Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Jakarta 2010

¹⁰Lailatul Zulfah, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. Bni Syariah Tbk Cabang Jakarta Timur*”, Skripsi Jurusan Muamalat (Ekonomi Islam), Fakultas Ilmu Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Jakarta 2008

¹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. 23, (Bandung: Alfabeta, 2016) Hal. 2

peristiwa, fenomena serta sikap dan pemikiran orang sehingga dalam penelitian menjadi lebih jelas dan bermakna.¹²

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh penulis dengan tujuan tertentu yang datanya diperoleh secara langsung dari pihak BPRS Asad Alif Sukorejo dengan cara pengumpulan data secara observasi, wawancara serta dokumentasi untuk dimanfaatkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pencatatan dokumen perusahaan dan dari industri terkait yang ada hubungannya dengan pembahasan di dalam penelitian. Data ini dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku, data statistik, surat kabar maupun dari internet.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Dalam pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, sumber, dan cara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹³ Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis untuk mencari informasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas produk tabungan haji yang diterapkan oleh BPRS Asad Alif Sukorejo serta mengenai system operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di BPRS Asad Alif Sukorejo.

b. Wawancara

¹² Ibid hal 8

¹³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), Hal. 58.

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.¹⁴

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan Manager Operasional serta unit kerja di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo. Pertanyaan yang diajukan seputar tentang Strategi Pemasaran Peningkatan Kualitas Produk Tabungan Haji Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BPRS Asad Alif Sukorejo Kendal. Dari hasil wawancara tersebut, diperoleh kejelasan informasi tentang strategi pemasaran peningkatan kualitas produk tabungan haji untuk meningkatkan loyalitas nasabah di bprs asad alif sukorejo Kendal.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.¹⁵ Teknik ini bertujuan untuk mendapat informasi atau data yang dibutuhkan melalui buku, media massa, brosur, web dan lain-lain. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data-data yang diperoleh dari PT. BPRS Asad Alif Sukorejo berupa dokumen-dokumen bank dan nasabah, formulir-formulir nasabah, catatan wawancara dan brosur serta dokumen yang ada.

F. Sistematika Penelitian

Dalam Penulisan yang berjudul “Peningkatan Kualitas Produk Tabungan Haji Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BPRS Asad Alif Sukorejo Kendal” untuk memperoleh pembahasan yang sistematis dan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami, adapun sistematika penulisan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Cet. 23, (Bandung: Alfabeta, 2016) Hal. 231-232

¹⁵ Ibid Hal. 240

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini penulis membahas tentang teori-teori yang relevan dan istilah-istilah pokok yang berkaitan dengan penelitian, misalnya pengertian strategi pemasaran, pengertian tabungan haji, pengertian *wadiah*, faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam peningkatan kualitas produk tabungan haji.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum BPRS Asad Alif Sukorejo yang meliputi sejarah berdirinya , visi dan misi, budaya di BPRS Asad Alif Sukorejo, struktur organisasi dan uraian tugas, ruang lingkup usahanya, serta produk-produk yang ada di BPRS Asad Alif.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian tentang peningkatan kualitas produk tabungan haji untuk meningkatkan loyalitas nasabah di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo Kendal.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang terdapat pada penelitian.

BAB II

STRATEGI DAN MINAT

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.¹⁶

Pengertian lain Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berasal dari kata *stratus* yang berarti militer dan *ag* yang artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Tidaklah mengherankan jika pada awalnya strategi ini memang populer dan digunakan secara luas dalam dunia militer. Sedangkan jika kita merunutnya sebagai sebuah bidang penelitian bisnis maka perkembangan dunia usaha dalam decade 50-an dapat digunakan sebagai pijakan.¹⁷

Menurut Ali Hasan, dalam bukunya *Marketing Bank Syariah*, bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang member arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang baik.¹⁸

Dengan demikian, istilah “strategi” diruluskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat

¹⁶Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2001, hlm. 2.

¹⁷Setiawan Hari Purnomo dan Zulkie flimansyah, *Manajemen Strategi*, LPFE UI, Jakarta, 1996, hal. 8.

¹⁸Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hal29

menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif. Secara jelas “strategi” merupakan suatu peralatan komunikasi, di mana orang strategis harus berupaya untuk dapat meyakinkan bahwa orang yang tepatlah yang dapat mengetahui apa maksud dan tujuan dari organisasinya, serta bagaimana hal tersebut ditempatkan dalam pelaksanaan artinya atau direalisasikan. Strategi diarahkan untuk dialamatkan, bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya.¹⁹

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (Marketing) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pengertian lain pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap kembali nilai dari pelanggan.²⁰

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.

Pemasaran sebagaimana diketahui, adalah inti dari sebuah usaha. Tanpa pemasaran tidak ada yang namanya perusahaan, akan tetapi apa yang dimaksud dengan pemasaran itu sendiri orang masih merasa rancu. Pengertian pemasaran menurut Kotler (2005:9) adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak

¹⁹Nugroho, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Prenada media. 2003, hal 4-3.

²⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, Edisi 12, Jilid 1, 2008, h. 7.

lain.²¹ Pengertian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran mengandung aspek sosial baik secara individu maupun berkelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, akibat adanya keinginan dan kebutuhan tersebut maka terciptalah suatu interaksi yang disebut transaksi pertukaran barang dan jasa.

Definisi menurut Harper W (2000:4) bahwa Pemasaran adalah Suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Definisi ini menjelaskan bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan usaha untuk melaksanakan rencana strategis yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan konsumen melalui pertukaran dengan pihak lain.

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan, strategi pemasaran pemasaran sebagai petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) dengan peluang pasar demi mencapai sasaran usaha. Pengertian lain, suatu strategi pemasaran pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dapat dicapai.

Bagi dunia perbankan strategi pemasaran sangat diperlukan, perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak terpenuhi. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dalam lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Dalam memasarkan produk bank syariah dan menetapkan posisi bank syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran diperlukan adanya strategi pemasar yang harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasar harus harus cepat tanggap apa yang inginkan dan dibutuhkan konsumen. Disamping itu tenaga pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan

²¹ Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi, “*Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado*”. EMBA. Vol 1 No. 4, 2013, h. 2337

dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengonsumsi produk yang ditawarkan melalui beberapa strategi.²²

B. Minat

1. Pengertian Minat

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Walgito 1981). sedangkan menurut (Witherington 1985) minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, situasi maupun suatu soal tertentu yang menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.

Menurut Prof. Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung.

Terdapat tiga batasan minat yakni:

1. Suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seseorang ke arah objek tertentu secara selektif.
2. Suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu.
3. Sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

2. Faktor dan Fungsi Minat

1. Faktor yang mempengaruhi minat

Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang

²² Philip Kotler dan Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.2001,h.16-17

melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

2. Fungsi Minat

Fungsi minat sangat berhubungan erat dengan perasaan dan pikiran. Manusia akan memberikan suatu penilaian, menentukan sesudah memilih pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan. Pada kenyataannya, Minat dapat berubah-ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan suatu individu yang bersangkutan. Minat tidak hanya selalu bersifat tetap. Semakin panjang lama waktunya, minat yang akan dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga sebaliknya, apabila lama waktu semakin kecil, terjadinya perubahan minat dapat diminimalisir.

BAB III

GAMBARAN UMUM BPRS ASAD ALIF SUKOREJO

A. Sejarah PT. BPRS Asad Alif Sukorejo

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mulai tampak ketika pemerintah menyetujui UU No. 10 1998 tentang perbankan. Diawali dengan berdirinya Bank Syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat pada tahun 1992. Peristiwa tersebut telah membawa dampak positif bagi perekonomian Indonesia dengan diterapkannya prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan antara nasabah dengan Bank Syariah.

Perkembangan bank islam tidak hanya terjadi pada bank - bank umum saja, bank perkreditan rakyat pun mengalami perkembangan yang signifikan. Banyak bank - bank perkreditan rakyat yang melakukan konversi dari sistem konvensional menjadi sistem syariah. Sehingga banyak bankir – bankir di Indonesia yang memanfaatkan peluang bisnis ini. Peluang ini tentu saja tidak disia - siakan begitu saja oleh PT. BPR Syariah Asad Alif Sukorejo.

PT. BPR Syariah Asad Alif Sukorejo pada awalnya yaitu bernama Balai Usaha Mandiri Terpadu (BMT) “Arga Putra Kencana” yang operasional berdasarkan Sertifikat Operasional Sementara No. 02001/PINBUKJATENG-0001/III/1998 Tanggal 16 Maret 1998 dan Anggaran Dasar Kelompok Swadaya Masyarakat telah beroperasi sejak tanggal 16 Februari 1996. Kemudian berdasarkan akte notaris “Mustari Savilin., SH” Nomor 18 (delapan belas) tanggal 22 September 1997 dan izin usaha dari Bank Indonesia No. 31/27/U BPR/Rahasia tanggal 29 Juli 1998 ditambah dengan persetujuan Menteri Kehakiman No. C2. 11481. HT. 01. 01. Tahun 1997 tanggal 5 November 1997 berubah menjadi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Asad Alif.²³

Sebagai pemegang saham adalah H. Suhardjo, Harmawan Mardianto dan Siti Mardika Ningsih dan kepengurusan Bank terdiri dari Dewan Komisaris dengan Ketua adalah H. Sutardjo, Dewan Pengurus Syariah yang diketuai oleh Drs. H. Asmawi Usman dan Direktur Utama adalah S. Gatut Prakasa yang dibantu Direktur adalah Deswita Nur

²³Company Profil BPR Syariah Asad Alif

Ismawati. Kemudian berdasarkan berita acara Akte Notaris “Muhammad Hafidh, SH” Nomor.3 (tiga) tanggal 3 Juli 2002, telah mengangkat Sugeng Supraya sebagai Direktur dan memperhentikan S. Gatut Prakasa dan Deswita Nur Ismawati dari jabatan sebelumnya. Bank membuka kantor di jalan Sudagaran No.20 Sukorejo Kabupaten Kendal. Dalam perjalannannya PT BPRSAsad Alif Sukorejo mengalami banyak perubahan yang berkaitan dengan kepengurusan dan inovasi-inovasi produk berdasarkan prinsip syari’ah, yang diikuti perubahan yang lainnya. Diantara perubahan yang berkaitan dengan kepemimpinannya itu mengenai pengangkatan Sugeng Supriyadi, SE sebagai Direktur Utama yang diangkat berdasarkan berita acara notaries “MohammadHafidh, SH” No.3 Tanggal 3 Juli 2002, sekaligus menggantikan S. Prakosa dan Desvita Nur Ismawati dari jabatan sebelumnya. Sebagai bukti nyata lainnya lembaga keuangan pusat di jalan Sudagaran No. 20 Sukorejo Kendal. Berikut data singkat dari PT. BPRS Asad Alif Sukorejo awal terdiri:

1. Data Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT BPRS ASAD ALIF SUKOREJO
Alamat	: Jl. Samian Km. 30 Kebumen Sukorejo Kendal
No.Telepon	: (0294)451593
No.Fax	: (0294)451819
No.NPWP	: 1.830.715.7.503
No. TDP	: 11181800098
Akte Pendirian	: 22 September 1997
No./Tgl Ijin Prinsip	: No. S-767/MK.17/1997, 15 September 1997
No./Ijin Usaha	: No. 31/27/DIR/UBPR/Rahasia, 29 Juli 1998. Persetujuan Menteri Kehakiman No. C2.11481HT.01.01.T.97, Tanggal 5 November 1997.

2. Kepengurusan:

a. Dewan komisari

1. Komisaris utama : H. Sidik Dewantoro, S

2. Komisaris : Ir. Harmawan Mardiyanto
- b. Dewan Pengawas Syariah
 1. Ketua : Prof. Muhammad
 2. Anggota : KH. A. Sudiyono
- c. Direksi
 1. Direktur Utama : Imam Heri Setiawan
 2. Direktur : M. Azmi Munif

Perkembangan dan pengembangan usaha terus dilakukan dari beberapa tahun terakhir, berdasarkan surat penegasan dari Bank Indonesia No.8/45/DBS/PIA/Sm tanggal 6 Juli 2006 perihal pembukaan kantor kas dan sesuai dengan Rencana Kerja Tahunan (RKT) tahun 2006, PT. BPRS Asad Alif Sukorejo berhasil membuka 4 kantor kas yang berbeda di empat tempat, yaitu:

1. Kantor Pusat Sukorejo
Terletak di Jl.Samian No.30 Kebumen Sukorejo Kendal
Telp. (0294)451593
2. Kantor Kas Dr. Cipto
Terletak di Jl.Dr.Cipto No.152 Semarang
Telp. (0294)3512158
3. Kantor Kas Boja
Terletak di Jl.Veteran No. 32 Kecamatan Boja Kabupaten Kendal
Telp. (0294)571091
4. Kantor Kas Ngadirejo
Terletak di Jl. Raya Candiroto 33-34 Kecamatan Ngadirejo Kabupaten Temanggung.
Telp. (0294)591157

Dari keempat kantor tersebut dibuka sebagai sarana untuk lebih mengenalkan keberadaan PT. BPRS Asad Alif Sukorejo kepada masyarakat luas, khususnya masyarakat di Kendal. Keempat kantor kas memiliki fungsi yang sama yaitu penghimpunan dana dari masyarakat untuk menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan, namun segala bentuk kewenangan dalam pengambilan keputusan.

Didalam PT. BPRS Asad Alif Sukorejo terdapat penggolongan

nasabah dibagi menjadi dua yaitu :

1. Nasabah karyawan, yaitu nasabah yang berasal dari karyawan diseluruh perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham PT. BPRS Asad Alif Sukorejo yang tergabung dalam Holding Company CV. Bina Hidup.
2. Nasabah Umum, yaitu nasabah yang berasal dari masyarakat biasa yang mempunyai dana atau mempunyai pinjaman di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo.

B. Visi dan Misi BPRS Asad Alif

Adapun visi, misi, dan tujuan dari BPRS Asad Alif adalah sebagai berikut:

Visi

Menjadikan BPRS Asad Alif sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah yang terbaik dan terpercaya.

Misi

- a. Mengembangkan dan memajukan usaha bank dengan konsep syari'ah.
- b. Memberikan kenyamanan, kemudahan dan keamanan kepada para pengguna jasa perbankan.
- c. Memberikan kesejahteraan kepada seluruh pengurus, pengelola, dan pemilik secara layak dalam kerangka norma moral Islam.
- d. Menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah dengan prinsip bagi hasil yang saling menguntungkan.

Tujuan

Tujuan dari BPRS Asad Alif adalah membangun usaha perbankan yang berkelanjutan agar dapat meningkatkan kesejahteraan bagi pemiliknya.

Budaya di BPRS Asad Alif

- a. Malu karena datang terlambat.
- b. Malu karena melihat rekan sibuk melakukan aktivitas.
- c. Malu karena melanggar peraturan.
- d. Malu berbuat salah.
- e. Malu karena bekerja / bekerja tidak berprestasi.
- f. Malu karena tugas tidak terlaksana / tepat waktu.
- g. Malu karena tidak berperan dalam mewujudkan PT BPRS Asad

Alif yang lebih maju.

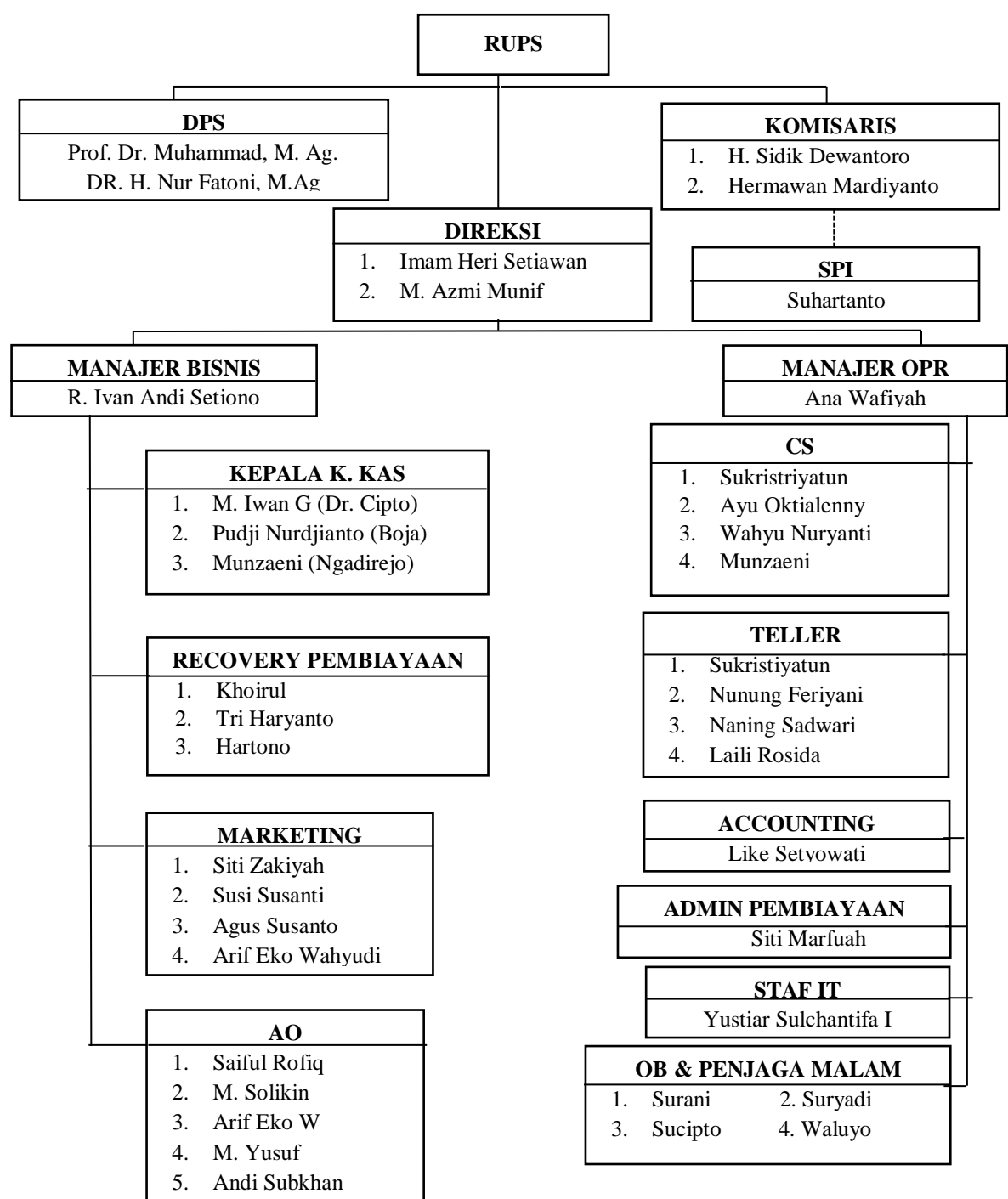
- h. Malu menerima imbalan / pemberian yang bukan haknya.

C. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Agar memudahkan mencapai tujuan yang ditetapkan atau direncanakan dalam perusahaan maka disusunlah suatu struktur organisasi perusahaan. Perusahaan adalah bentuk tata kerja yang dilengkapi dengan fungsional. Sedangkan pengertian organisasi perusahaan adalah hubungan struktural antara berbagai unsur di dalam rumah tangga perusahaan. Jadi dapat dikatakan bahwa struktur organisasi adalah bagian yang menunjukkan suatu aktivitas - aktivitas dan batas-batas saluran kekuasaan, tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian yang ada dalam organisasi. Dengan struktur organisasi tersebut maka setiap bagian dapat melaksanakan tugasnya dan dapat mempertanggung jawabkan tugas yang telah diberikan.²⁴

Melalui struktur organisasi itu dapat diciptakan suatu kerja sama, sehingga kekurangan masing-masing anggota atau bagian dari organisasi itu dapat diatasi dengan menggunakan pembagian tugas menurut kecakapan kemampuan dari masing-masing bagian. Struktur Organisasi di PT BPR Syariah Asad Alif Sukorejo ini diharapkan bisa terciptanya hubungan baik antara unsur - unsur organisasi, sehingga memungkinkan perusahaan dalam mempermudah pengelolaan perusahaan tersebut. Struktur Organisasi itu sebagai berikut :

²⁴ Landasan Operasional BPRS Asad Alif Sukorejo



1. Dewan Pengawas Syariah.

Tugas :

Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional Bank terhadap fatwa yang telah ditetapkan oleh DSN-MUI, menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional. Dan produk yang dikeluarkan Bank, memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional Bank secara keseluruhan dan laporan publikasi Bank, mengkaji produk dan jasa baru yang belum ada fatwa untuk dimintakan fatwa kepada DSN-MUI, menyampaikan hasil pengawasan syariah sekurang-kurangnya setiap 6 bulan kepada

Direksi, Komisaris, DSN-MUI dan Bank Indonesia.

2. Dewan Komisaris

Tugas dan tanggungjawab :

Menyelenggarakan rapat umum luar biasa pemegang saham/ rapat anggota luar biasa dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi, melakukan pengawasan dan memberikan pengarahan kepada direksi dalam menjalankan perseroan, mempertimbangkan dan memutuskan permohonan penyaluran dana yang jumlahnya melebihi jumlah maksimum yang dapat diputuskan oleh direksi, memberikan penilaian atas neraca dan laporan keuangan berkala semesteran dan tahunan yang disampaikan oleh direksi, menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai dengan wewenang yang telah diberikan dalam anggaran dasar.

3. Direksi

Fungsi Utama yaitu:

Memimpin usaha bank sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah ditentukan, merencanakan, mengkoordinasi, dan mengendalikan seluruh aktifitas bank meliputi penghimpunan dan penyaluran dana serta kegiatan-kegiatan yang secara langsung berhubungan dengan aktivitas utama bank, melindungi dan menjaga asset dan kekayaan perusahaan yang berbeda dalam tanggung jawabnya, membina hubungan kerjasama internal dengan seluruh jajaran manajemen dan eksternal dengan organisasi masyarakat, badan usaha, serta sesama LKS untuk meningkatkan kemampuan usaha, membina hubungan dengan pemegang saham, nasabah, dan calon nasabah serta pihak lain yang dilayani dalam rangka mengembangkan layanan yang baik.

4. Satuan Pengawas Intern (SPI)

Tugas :

Satuan pengawas intern mempunyai tugas melaksanakan pengawasan intern atas kegiatan-kegiatan bank.

5. Manager Bisnis

Tugas:

Menyusun rencana kerja dan strategi restrukturasi berdasarkan target yang ditetapkan, menyusun rencana bisnis kerja dan strategi

pemasaran dan rencana tindakan berdasarkan target yang harus dicapai, memadukan pelaksanaan aktivitas pemasaran produk-produk dan pencairan nasabah baru yang potensial untuk seluruh produk, membina hubungan dengan nasabah / calon nasabah yang terdapat pada wilayah kerja bank, mereview analisa pemberian fasilitas kredit secara komprehensif dan menyampaikan kepada direksi untuk mendapatkan persetujuan sesuai dengan jenjang kewenangannya.

Manager Bisnis membawahi :

- a. Administrasi Pembiayaan
- b. *Marketing Officer*
- c. *Account Officer*

6. Manager Operasional

Fungsi :

Mengkoordinasi, memonitoring, dan memfasilitasi kegiatan operasional yang baik secara efisien dan efektif sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku.

Manager Operasional membawahi :

- a. *Bagian Costumer Service*
- b. *Bagian Teller*

7. Kepala Kantor Kas

Tugas dan Tanggung jawab :

Menyusun dan menghasilkan rencana kerja dan anggaran, proyeksi *finance* dan *nonfinance* disampaikan kepada direksi untuk mendapatkan persetujuan dewan komisaris, menjabarkan kebijakan umum yang telah dibuat direksi dan telah disetujui dewan komisaris, menjamin terpeliharanya kelancaran dan ketertiban kegiatan untuk menunjang efektifitas pelayanan kepada nasabah di kantor kas atau di kantor cabang, mengkoordinasi, memonitoring dan memfasilitasi kegiatan operasional secara efisien dan efektif sesuai dengan sistem dan prosedur yang masih berlaku, melaksanakan atau membantu kegiatan operasional bank sesuai dengan ketentuan dalam SOP di kas dan di kantor cabang.

8. Administrasi

Tugas dan Tanggung Jawab :

Menyiapkan surat-surat perjanjian dan surat pengikatan

agunan yang terkait dengan pengajuan pembiayaan nasabah, memeriksa dan memegang kelengkapan dokumen-dokumen yang terkait dengan pembiayaan yang akan diberikan seperti dokumen, agunan dan data lainnya, menghitung, mencatat, dan melakukan pembayaran atau asuransi, jasa, proses pengikatan atau pemblokiran jaminan nasabah kepada pihak lain, Mengawasi dan bertanggung jawab atau persiapan semua dokumen pembiayaan nasabah, khususnya berkas jaminan pembiayaan.

D. Produk-produk BPRS Asad Alif

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS Asad Alif Kantor Kas Ngadirejo adalah sebagai berikut:

1. Pendanaan (*Funding*)

Penghimpunan dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito/ surat berharga lainnya. Simpanan merupakan dana yang dipercayakan oleh nasabah, dalam bentuk simpanan dan simpanan berjangka. Dalam penghimpunan dana (*funding*) diupayakan untuk direncanakan dengan matang, supaya menarik minat masyarakat untuk bergabung dengan bank.

Prinsip utama dari penghimpunan dana pada bank syariah ini adalah kepercayaan, yang artinya bila masyarakat banyak yang percaya dengan bank tersebut maka, akan banyak masyarakat yang menaruh dananya. Karena bank syariah ini pada prinsipnya adalah amanah, maka diharapkan para pegawai atau pengurusnya dari koperasi syariah benar-benar amanah dalam perannya sebagai penyalur dari dana masyarakat yang telah dipercayakan kepada lembaga yang terkait. Program membangun kepercayaan masyarakat harus tetap ditingkatkan, yaitu dengan cara memperhatikan calon anggota yang akan dijadikan pasar. Langkah tersebut dapat diawali dengan cara merekrut tokoh masyarakat setempat untuk menjadi tim pendiri bank syariah. Baik tokoh agama ataupun tokoh masyarakat disitu. Hal tersebut dilakukan supaya dalam pemasaran tersebut mengalami kemudahan. Selain itu untuk meningkatkan penghimpunan dana tersebut perlu adanya peningkatan

pelayanan kepada masyarakat, agar masyarakat merasakan kepuasan karena telah menyimpan dananya pada koperasi tersebut.

Maksud dan tujuan bank dalam menghimpun dana masyarakat adalah:

1. Sebagai Dana Operasional Bank

Dana yang dihimpun bank dari masyarakat dari jumlah yang sekecil-kecilnya samai jumlah yang besar selanjutnya dikelola dan disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dan layak untuk mendapat pinjaman dalam bentuk pembiayaan/kredit.

2. Sebagai Alat/ Cara Pemerintah dalam Melaksanakan Kebijakan Moneter.

Menarik uang dari masyarakat berarti mengurangi jumlah uang yang beredar, merupakan salah satu cara pemerintah dalam mengendalikan inflasi.

3. Produktivitas Dana

Menghimpun dana melalui lembaga keuangan berarti menghimpun dana yang menganggur (*idle funds*) untuk dijadikan dana yang produktif dengan jalan disalurkan kembali kepada masyarakat untuk membiayai usaha-usaha yang produktif atau menghasilkan.

a. Tabungan *Wadi'ah*

Wadi'ah adalah titipan murni dari pihak penitip (*muwaddi'*) yang mempunyai barang / asset kepada pihak penyimpan (*mustawda'*) yang diberi amanah / kepercayaan, baik individu maupun badan hokum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan, dan keutuhannya, dan dikembalikan kaan saja penyimpan menghendaki. Akan tetapi akad wadi'ah yang biasa digunakan dalam lembaga keuangan adalah akad wadi'ah yad Dhamanah, dimana pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/asset titipan dan sekaligus pihak penyimpan berhak mempergunakan barang/asset tersebut untuk aktivitas perekonomian yang produktif. Adapun produk tabungan yang menggunakan akad wadi'ah yad Dhamanah di BPRS Asad Alif yakni :²⁵

(1) Tabungan Qurban

²⁵ Brosur Tabungan BPRS Asad Alif.

Tabungan Qurban adalah simpanan pihak ketiga yang dikhususkan bagi nasabah dalam rangka memenuhi keinginannya menunaikan ibadah Qurban, yang penarikannya mendekati hari raya Idul Qurban. Tabungan yang akan digunakan untuk pembelian hewan qurban baik dibeli sendiri tau diserahkan kepada bank. Setoran pertama minimal Rp.50.000,- (sepuluh ribu rupiah) dan nasabah akan mendapatkan bonus.

Syarat dan ketentuan:

- Foto copy KTP/ SIM/ Paspor atau identitas lain yang masih berlaku
- Mengisi formulir
- Melakukan setoran awal Rp. 50.000,-
- Simpanan dapat diambil H-10 sampai dengan H-1 sebelum Idul Adha
- Pengambilan tabungan yang tidak sesuai dengan ketentuan akan dikenai biaya administrasi.

(2) Tabungan Idul Fitri

Tabungan Idul Fitri merupakan simpanan pihak ketiga yang dikelola oleh BPRS Asad Alif yang penarikannya dilakukan pada kondisi-kondisi atau waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara pihak Bank dan Nasabah. Biasanya nasabah membuat kesepakatan untuk mengambalnya pada H-2 atau H-1 sebelum Idul Fitri.

Karakteristik produk

- Merupakan simpanan dengan memperoleh imbalan bagi hasil yang menguntungkan
- Merupakan salah satu cara menyimpan dan tanpa kebimabngan
- Penyetoran dapat dilakukan secara tunai atau pemndah bukuan
- Tabungan tidak dapat ditarik kembali, kecuali pada saat hari raya Idul Fitri akan tiba atau sesuai kesepakatan.

Keuntungan dan keistimewaan

- Kenyamanan perasaan karena operasionalnya dilakukan

berdasarkan syari'ah deNgan sistemn bagi hasil

- Membantu pengembangan ekonomi ummat
- Keuntungan bagi hasil secara otomatis
- Nasabah juga akan mendapatkan hadiah pada saat Idul Fitri, baik itu bingkisan maupun souvenir.
- Membantu nasabah dalam menyalurkan zakat fitrah, secara tidak langsung.

Persyaratan

- Menyerahkan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lainnya yang maish berlaku
- Setoran awal minimal Rp. 15.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
- Mengisi dan menanda tangani formulir permohonan pembukaan rekening.

(3) Tabungan Haji

Tabungan haji yang akan digunakan untuk menunaikan ibadah haji dana atau calon jama'ah haji. Setoran awal minimal Rp.100.000,-(seratus ribu rupiah) dan nasabahakanmendapatkan bonus.

b. Tabungan *Mudharabah*

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahibul maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian di awal. Bentuk ini menegaskan kerjasama dengan kontribusi seratus persen modal dari pemilik modal dan keahlian dari pengelola.

Dalam pelaksanaannya Tabungan *Mudharabah* di BPRS Asad Alif dilaksanakan dengan Akad *Mudharabah Mutlaqqoh* dengan Produknya “Tabungan Ummat” dimana setiap nasabah yang menyimpan dengan produk ini dapat mengambil simpanannya sewaktu-waktu pada jam kerja sebelum kas tutup.

Karakteristik produk :

- Merupakan simpanan dengan memperoleh imbalan bagi hasil yang menguntungkan
- Merupakan salah satu cara menyimpan dan tanpa

kebimbangan (aman)

- Penyetoran dapat dilakukan secara tunai atau pemindah bukuan.

Keuntungan dan keistimewaan :

- Kenyamanan perasaan karena operasionalnya dilaksanakan berdasarkan syari'ah dengan sistem bagi hasil yang menguntungkan
- Membantu pengembangan ekonomu ummat
- Keuntungan bagi hasil secara otomatis, ditambah pada nominal tabungan
- Lebih aman dari pada menyimpan uang tunai sendiri.

Persyaratan :

- Menyertakan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas yang masih berlaku lainnya
- Setoran awal minimal Rp. 20.000,-
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-
- Mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening

c. *Deposito Mudharabah*

Dalam pelaksanaannya *Deposito Mudharabah* di BPR Syariah Asad Alif dilaksanakan dengan Akad *Mudharabah Mutlaqqoh* dimana setiap nasabah yang ingin melakukan penyimpanan deposito bisa dengan berjangka.

Adapun jangka waktu yang ditentukan untuk produk *Deposito* adalah 1Bulan, 3Bulan, 6Bulan, 1Tahun. Bagi hasil deposito langsung masuk dengan otomatis direkening tabungan ummat masing-masing nasabah dan didistribusikan sesuai tanggal masuknya deposito setiap bulannya.

Karakteristik produk

- Jangka waktu deposito investasi mudharabah adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.
- Hanya dapat dicairkan pada saat jatuh tempo
- Dapat dibuka oleh perorangan dan/atau badan hukum
- Imbalan diberikan dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara syari'ah

- Setoran deposito dapat dilakukan secara tunai atau pemindah bukuan
- Pencairan deposito yang telah jatuh tempo dapat dilakukan secara tunai atau dipindah bukuan ke tabungan lainnya
- Dapat diperpanjang secara otomatis (roll over) dalam jumlah nominal ditambah bagi hasil yang diperoleh sebelumnya.

Keuntungan dan keistimewaan

- Kenyamanan perasaan karena operasional dilakukan berdasarkan syari'ah dengan sistem bagi hasil
- Membantu pengembangan ekonomi ummat
- Lebih aman dari pada menyimpan uang tunai sendiri
- Keuntungan bagi hasil yang lebih tinggi dari tabungan
- Pilihan jangka waktu cukup banyak
- Bagi hasil keuntungan diterima setiap bulan
- Deposito dapat menerima porsi bagi hasil khusus dan lebih besar untuk deposito dalam jumlah yang besar.
- Dapat dijadikan jaminan fasilitas pembiayaan
- Keamanan kepemilikan.

Persyaratan

- Menyertakan foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lain yang masih berlaku
- Badan usaha atau lembaga, dengan menyerahkan KTP/SIM/Paspor atau identitas lain bagi yang berhak atas deposito tersebut
- Jumlah minimal pembukuan deposito adalah Rp. 1000.000,- dengan tidak ada batas tertinggi
- Mengisi dan menandatangani permohonan pembukuan deposito.

c. Pembiayaan (*Lending*)

Menyalurkan dana berarti melemparkan kembali dana yang telah dihimpun melalui simpanan giro, tabungan dan deposito kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit). Tinggi rendahnya tingkat bunga pinjaman tergantung oleh tinggi rendahnya tingkat bunga simpanan. Semakin tinggi tingkat bunga simpanan, maka semakin tinggi

pula tingkat bunga pinjaman dan sebaliknya.

a. Pertimbangan penyaluran dana

Sebelum bank mengalokasikan dana yang telah dihimpun, banyak hal yang perlu dipertimbangkan terlebih dahulu. Pertimbangan tersebut meliputi :

1) Risiko

Pada dasarnya bank menginginkan risiko serendah mungkin dan mendapatkan penerimaan setinggi mungkin. Dengan begitu, bank dapat memperoleh penerimaan untuk membiayai keseluruhan biaya operasional bank seperti biaya bunga, biaya tenaga kerja dan untuk mendapatkan laba.

2) Jangka waktu

Dana yang berhasil dihimpun oleh bank memiliki berbagai macam jangka waktu pengembaliannya. Berdasarkan pertimbangan, bank memilih berbagai macam bentuk aktiva dengan mempertimbangkan jangka waktu aktiva tersebut dapat dijadikan alat likuid.

b. Alternative Penyaluran Dana

Secara lebih rinci, alokasi dari dana yang telah berhasil dihimpun oleh bank berbentuk :

1) Cadangan likuiditas

1. Cadangan primer (*Primary Reserves*)

Aktiva ini ditujukan untuk kegiatan usaha sehari-hari seperti penarikan dana oleh nasabah, pemberian kredit dan kewajiban yang akan jatuh tempo.

2. Cadangan sekunder

Aktiva ini dapat berupa Surat Berharga Pasar Uang (SBPU), Sertifikat Bank Indonesia (SBI) dan Sertifikat Deposito.

2) Penyaluran Pinjaman

Pinjaman adalah penyediaan uang atau tagihan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi kewajibannya setelah jangka waktu tertentu. Tingkat penerimaan penyaluran ini tergolong tinggi (aktiva produktif) dan merupakan penghasilan utama bank.

3) Investasi

Investasi dapat berupa penanaman dana dalam bentuk surat-surat berharga seperti saham dan obligasi. Seperti halnya penyaluran pinjaman, aktiva ini tergolong aktiva produktif sehingga aktiva ini mengandung risiko yang relatif tinggi.

4) Aktiva tetap

Aktiva yang berupa kantor, kendaraan, komputer dan lain-lain. Tergolong aktiva yang tidak produktif dan berisiko tinggi. Risiko ini dikaitkan kemungkinan rusak, terbakar atau hilang.

Jasa bank merupakan kegiatan penunjang untuk mendukung kelancaran kegiatan dalam menghimpun dan menyalurkan dana serta untuk memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Jasa-jasa tersebut telah disusun sedemikian rupa agar nasabah merasa aman dan nyaman.

Adapun produk yang termasuk dalam jenis pembiayaan di BPRS Asad Alif Kantor Kas Ngadirejo adalah sebagai berikut:

- a. *Murabahah*, adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*profit margin*) yang disepakati penjual dan pembeli. Objeknya bisa berupa barang modal seperti mesin-mesin industri, maupun barang konsumtif.²⁶ Keuntungan yang diberikan nasabah kepada Bank berdasarkan kesepakatan yang telah ditentukan di awal perjanjian. Adapun sistem pembayarannya dengan angsuran dengan margin setiap bulan ditambah pembayaran pokok dilakukan pada awal saat jatuh tempo.

Produk pembiayaan murabahah yang terdapat di BPRS Asad Alif ini mencakup sektor pembiayaan yang luas, akan tetapi kebanyakan nasabah BPRS Asad Alif yang menggunakan produk murabahah ini dari sektor usaha mikro, karena disekitar Sukorejo banyak terdapat usaha-usaha kecil menengah yang memerlukan suntikan modal guna mengembangkan usaha mereka.

- b. *Musyarakah*, adalah kerjasama perkongsian yang dilakukan antara nasabah bank suatu usaha dimana masing-masing pihak berdasarkan kesepakatan memberikan kontribusi sesuai kebutuhan modal usaha,

²⁶ Brosur Pembiayaan BPRS Asad Alif

selanjutnya pembagian hasil dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama berdasarkan porsi dana yang ditanamkan.²⁷

c. Syarat-syarat Pengajuan Pembiayaan

Berikut adalah syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah yang akan mengajukan pembiayaan antara lain :

- Foto copy KTP/SIM/Paspor atau identitas lain yang masih berlaku (suami dan istri)
- Foto copy BPKB dan STNK kendaraan bermotor yang akan dijadikan sebagai jaminan, dan atau foto copy SHM tanah yang dijaminkan.
- Barang yang dijaminkan oleh calon nasabah nilainya harus lebih besar dari pembiayaan yang diajukan oleh calon nasabah.
- Foto copy Kartu Keluarga (KK)

²⁷ Company Profil BPRS Asad Alif Sukorejo

BAB IV

ANALISIS STRATEGI BPRS ASAD ALIF SUKOREJO DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENGAMBIL PRODUK TABUNGAN HAJI

A. Strategi Peningkatan Minat

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaan dalam mencapai tujuan suatu organisasi. Diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi konsumen, seperti peningkatan kunjungan pada toko atau produk tertentu. BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki produk jasa layanan yang berorientasi pada profit dan sosial. Salah satunya produk Tabungan Haji dalam proses memasarkan produk tabungan haji memerlukan strategi pemasaran yang baik yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo serta mempertahankan nasabah yang sudah bergabung dengan produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo.

Tabungan menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang di sepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Menurut Fatwa DSN No.1 Tahun 2000 tentang tabungan, mekanisme tabungan yang dibenarkan bagi bank Syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

Tabungan haji sebenarnya tidak jauh berbeda dengan tabungan rencana lainnya. Tabungan haji merupakan jenis tabungan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana agar mencukupi untuk membiayai perjalanannya ke Tanah Suci. Banyak orang memutuskan untuk membuka tabungan haji karena dengan ini mereka dapat melakukan ONH yang besar dengan menyisihkan sebagian uangnya untuk persiapan menjalani rukun islam yang kelima. Dengan tabungan haji masyarakat dapat menyicil uang sesuai kemampuan dan terasa lebih ringan dibandingkan harus membayar biaya haji secara tunai yang nilainya mencapai puluhan juta.

Dengan adanya tabungan haji nasabah dapat menabung seperti biasa di Bank Syariah (dimana saja) yang bekerjasama dengan kemenag sebagai penerima setoran haji. Jika dana nasabah sudah terkumpul minimal 25 juta, pihak bank baru akan melakukan proses pendaftaran dan pemorsian haji di kemenag.

Tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan simpanan dana yang menggunakan akad wadiah. Dimana nasabah menitipkan dana tabungan haji kepada BPRS Asad Alif Sukorejo dimana dananya harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati antara nasabah dan Bank pada awal akad atau nasabah sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji. Dengan tabungan haji masyarakat dapat menyicil uang sesuai kemampuan dan terasa lebih ringan dibandingkan harus membayar biaya haji secara tunai yang nilainya mencapai puluhan juta.

Dari hasil interview yang dilakukan oleh peneliti kepada Bu Ana Wafiah sebagai manajemen oprasional di BPRS Asad Alif Sukorejo serta melakukan wawancara terhadap masyarakat sekitar wilayah Sukorejo. Produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan salah satu pendanaan yang kurang akan minat masyarakat untuk bergabung menggunakan produk tabunga haji, sehingga saat ini BPRS Asad alif Sukorejo melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan minat masyarakat serta bertujuan untuk mencapai target atau sasaran perusahaan dan diharapkan dengan adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Asad Alif Sukorejo para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapatkan. Adapun kegiatan pemasaran BPRS Asad Alif Sukorejo yang mempunyai strategi pemasaran dalam meningkatkan minat masyarakat diantaranya yaitu:

1. Strategi Produk

Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ia

meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.²⁸ Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usaha, memerlukan strategi yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan tersebut dapat tercapai. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Penerapan strategi pemasaran tabungan *haji* yang dilakukan oleh BPRS Asad Alif Sukorejo adalah dengan menampilkan mutu dari tabungan haji. Sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah yang ingin atau sudah menggunakan produk tabungan haji. Mutu dari produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat didalam karakteristik produk, antara lain:

1. Dapat dibuka oleh perorangan atau Pribadi
2. Akad yang digunakan yaitu akad wadiah dimana nasabah menitipkan uangnya kepada BPRS Asad Alif Sukorejo dan pihak BPRS Asad Alif Sukorejo akan menjaga dan akan dikembalikan saat nasabah menghendaki.
3. Nasabah tidak perlu menyetor ke bank karena pihak marketing BPRS Asad Alif Sukorejo dapat mengambil uang setoran ke kediaman nasabah.

2. Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi secara produk dan pelayanan yang menyertainya. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh yang tidak sedikit baik didalam perekonomian maupun didalam perusahaan.²⁹ Dalam perekonomian, harga pasar dari sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba atas pembayaran faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, upah, modal, dan lain-lain.

²⁸ Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: CV Intermedia, 1987), Jilid 1, edisi ke-3, h. 432

²⁹ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), edisi revisi cet ke-2, h. 269

Dalam menetapkan harga jasa oleh BPRS Asad Alif Sukorejo harga ditetapkan dengan cara tidak memberatkan pihak nasabah. Harga yang ditawarkan BPRS Asad Alif Sukorejo sebesar Rp. 100.000 untuk setoran awal minimal. Disamping itu masyarakat juga diringankan dengan setoran perhari yang tidak ada minimum nominal setoran. Nasabah yang sudah bergabung dengan produk tabungan haji setiap harinya dapat menyetor uang kepada BPRS Asad Alif Sukorejo tanpa minimum nominal sehingga nasabah dapat menyetor uang dengan nominal terendah maupun tertinggi (contohnya nasabah dapat menyetor Rp.1000 sampai tak terhingga). Hal ini sangat meringankan nasabah, karena dilihat berbagai macam mata pencaharian masyarakat sukorejo. Nasabah dapat menyetorkan uangnya dengan cara mendatangi langsung maupun pihak bank yaitu marketing yang mendatangi kediaman nasabah.³⁰

3. Strategi Tempat

BPRS Asad Alif Sukorejo dalam meningkatkan kapabilitas distribusi produk dan layanan didukung oleh tempat yang sangat strategis untuk mempermudah pelanggan memperoleh akses pelayanan bank BPRS Asad Alif Sukorejo. Banyak keunggulan dari tempat distribusinya yaitu: lokasinya yang tidak jauh dari pasar Sukorejo dan berdekatan dengan terminal sukorejo, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas berada di pinggir jalan utama, lingkungan yang baik untuk mengembangkan bisnis usaha, sarana yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum. Sehingga nasabah dapat dengan mudah untuk mengetahui dan menjangkau keberadaan BPRS Asad Alif Sukorejo. Hal ini akan menimbulkan rasa keinginan masyarakat untuk lebih mudah tertarik dan bergabung menjadi nasabah.

Saat ini bank BPRS Asad Alif Sukorejo telah mengembangkan usahanya dan memiliki 4 kantor cabang termasuk kantor pusat yang berada di Sukorejo, dimana setiap masing-masing kantor kas memiliki tempat yang sangat strategis dan berada di pusat keramaian. Sehingga sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat baik melalui kendaraan umum baik kendaraan pribadi

³⁰ Wawancara dengan Ibu Ana Wafiah Di Kantor BPRS Asad Alif Sukorejo pada tanggal 29 April 2019 pukul 13.45 WIB

kerena lokasi di setiap kantor kas dan kantor pusat dapat dilalui angkutan kota. BPRS Asad Alif Sukorejo sebagai kantor pusat memiliki kewajiban dan tugas untuk terus memantau dan mengevaluasi kegiatan pada masing-masing kantor kas.

4. Strategi Promosi

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kegiatan produksi, harga, serta distribusi. Dalam kegiatan ini setiap bank maupun perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.³¹ Promosi merupakan sarana untuk menarik dan mempertahankan nasabah di BPRS Asad Alif. Promosi yang dilakukan BPRS Asad Alif Sukorejo bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang terdapat pada BPRS Asad Alif Sukorejo terutama menjelaskan produk tabungan haji yang akan di tawarkan kepada Masyarakat sekitar dan berusaha menarik calon nasabah baru. Dengan cara ini akan membuat masyarakat paham dan jelas akan produk tabungan haji.

Dari hasil wawancara dengan pihak bank yaitu Ibu Ana Wafiah selaku Manajemen oprasional BPRS Asad Alif Sukorejo, strategi promosi yang dilakukan BPRS Asad Alif Sukorjo dari tahun ke tahun belum ada strategi baru untuk meningkatkan minat masyarakat Sukorejo untuk memilih produk Tabungan Haji. Strategi yang digunakan BPRS Asad Alif dengan cara menggunakan media cetak yaitu Brosur yang tersedia di kantor BPRS Asad Alif Sukorejo serta pihak BPRS Asad Alif Sukoreo yaitu marketing membagikan brosur pada msyarakat sekitar dan pada tempat keramaian yaitu di pasar dan di terminal.

Saat ini pihak BPRS Asad Alif Sukorejo sedang melakukan strategi promosi terbaru yaitu dengan cara melakukan sosialisasi tentang haji dan umroh di acara pengajian baik itu pengajian ibu-ibu maupun pengajian akbar agar menarik minat masyarakat serta memberikan wawasan yang luas akan produk tabungan haji yang BPRS Asad Alif Sukorejo tawarkan kepada masyarakat selain itu BPRS Asad Alif Sukorejo melakukan strategi promosi jemput bola

³¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT, Raja Grafindo), 2003, cet. 4, hal 213.

yakni promosi secara *door to door* ke kediaman masyarakat hal ini dilakukan untuk meningkatkan perkembangan produk khususnya produk tabungan haji. Saat ini Media promosi yang BPRS Asad Alif Sukorejo dalam promosinya hanya sebatas brosur, sosialisasi, dan belum menggunakan media promosi yang lebih modern seperti menggunakan media elektronik atau media sosial³².

Strategi terbaru yang sedang dilakukan BPRS Asad Alif Sukorejo untuk menarik minat masyarakat yaitu dengan cara bekerja sama dengan “Dewangga” salah satu biro perjalanan haji dan umrah, namun saat ini kerjasama yang terjalin merupakan kerjasama perjalanan umrah saja. Akan tetapi untuk kedepannya akan ada kerjasama-kerjasama yang lain yang meliputi Haji dan Umrah. Walaupun dalam kegiatan promosinya meliputi umrah saja namun pihak BPRS juga memperkenalkan produk tabungan haji kepada Masyarakat sekitar. Hal ini diharapkan masyarakat lebih paham akan system produk tabungan haji dan umrah yang pihak BPRS Asad Alif tawarkan kepada masyarakat serta tidak membuat masyarakat bingung dan takut untuk mengambil produk-produk yang ada di BPRS Asad Alif.

BPRS Asad Alif Sukorejo sebagai lembaga keuangan syariah terus berupaya dalam menyediakan produk dan jasa yang lengkap dan luas serta sesuai kebutuhan masyarakat sekitar. Selain itu BPRS Asad Alif Sukorejo juga sangat menjaga kualitas pelayanannya dan menyediakan serta memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya terhadap nasabah.

B. Hambatan dalam Pelaksanaan Strategi

BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan hukum Islam yang bertujuan untuk menghindari riba atau bunga. BPRS Asad Alif Sukorejo dalam operasionalnya tidak hanya menangani masalah perbankan saja, tetapi juga menangani kegiatan keagamaan. Salah satu kegiatan keagamaan yang penting bagi ummat Islam dan merupakan rukun Islam yang kelima,

³²Wawancara dengan Ibu Ana Wafiah Di Kantor BPRS Asad Alif Sukorejo pada tanggal 29 April 2019 pukul 13.50 WIB

yaitu naik haji bagi yang mampu. Pada umumnya, tidak semua masyarakat Indonesia, terutama ummat Islam, mampu melaksanakannya.

Ada beberapa hambatan yang dialami BPRS Asad Alif Sukorejo maupun yang dialami masyarakat dalam melaksanakan keinginannya untuk beribadah haji. Berdasarkan hasil penelitian penulis, perkembangan bank-bank syariah mengalami kendala dalam proses strateginya karena banyak bank syariah, konvensional maupun biro perjalanan haji, dimana masing-masing telah mengakar dalam kehidupan masyarakat. Kendala lain yaitu belum tersedianya sumber daya manusia secara memadai yang mengerti dan mendalami syariah, karena sumber daya manusia yang ada di bank syariah sekarang ini belum memiliki cukup pengetahuan. Sehingga perlu diadakannya pelatihan bagi para pegawai bank agar meningkatkan wawasan akan prinsip syariah yang diterapkan dalam kegiatan keuangannya. Selain itu hanya sebagian kecil masyarakat Sukorejo yang mampu melaksanakannya. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang menghambat pelaksanaan rukun Islam yang kelima ini. Faktor yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Sukorejo yang hidup di bawah garis kemiskinan. Namun keinginan masyarakat Sukorejo untuk menunaikan ibadah haji cukup tinggi walaupun pendapatan mereka hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Rata-rata mata pencaharian masyarakat sukorejo yaitu buruh tani, buruh perkebunan, serta usaha mikro kecil saja sehingga bagi mereka, tidak mudah mengumpulkan uang untuk biaya naik haji yang mencapai puluhan juta rupiah. Apalagi saat ini, biaya naik haji semakin mahal dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini tentunya merupakan beban bagi ummat Islam yang ingin melaksanakannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bu Ana Wafiah, beliau menjelaskan bahwa di PT. BPRS Asad Alif Sukorejo belum ada program dana talangan haji dikarenakan minat yang terlalu sedikit, namun beliau menjelaskan lagi bahwa program dana talangan haji akan diadakan mengingat saat ini BPRS Asad Alif Sukorejo sedang menjalankan berbagai strategi untuk kembali meningkatkan minat masyarakat agar mengambil produk tabungan haji.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat Sukorejo mengenai produk tabungan haji Asad Alif Sukorejo dan beberapa pertanyaan seputar minat serta keinginan, dapat di simpulkan bahwa masyarakat Sukorejo rata-rata mengetahui akan produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo namun ada juga sebagian masyarakat yang sama sekali belum mengetahui akan produk tabungan haji. Biasanya masyarakat yang belum mengetahui akan produk tabungan haji rata-rata masyarakat Sukorejo di daerah pedalaman yang kurang akan informasi dan teknologi. Saat wawancara dengan masyarakat, mereka yang mengetahui produk tabungan haji mengetahuinya dari spanduk yang menempel dipagar halaman bank dan masyarakat hanya sekedar tahu akan produk tersebut. Ketidaktahuan masyarakat juga dikarenakan banyaknya bank-bank maupun BMT yang berada di daerah Sukorejo. Dan kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BPRS Asad Alif Sukorejo.

Masyarakat di BPRS Asad Alif Sukorejo kebanyakan sangat tertarik dengan strategi yang BPRS Asad Alif Sukorejo tawarkan terutama strategi berupa kegiatan BPRS Asad Alif Sukorejo lakukan yaitu dengan melakukan sosialisasi tentang haji di acara pengajian baik itu pengajian ibu-ibu maupun pengajian akbar agar menarik minat masyarakat serta memberikan wawasan yang luas akan produk tabungan haji yang BPRS Asad Alif Sukorejo tawarkan kepada masyarakat selain itu BPRS Asad Alif Sukorejo melakukan strategi promosi jemput bola yakni promosi secara *door to door* ke kediaman masyarakat. Hal ini sangat memberikan keuntungan, memberikan wawasan serta memberikan kemudahan bagi masyarakat yang akan membuka tabungan haji.

Respon masyarakat mengenai kualitas pelayanan di BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan salah satu hal yang menjadi bahan pertimbangan masyarakat untuk mengambil produk apa saja yang ada di BPRS Asad Alif Sukorejo tawarkan kepada masyarakat salah satunya produk tabungan haji. Masyarakat sekitar menginginkan pelayanan yang baik dan memuaskan yang BPRS Asad Alif Sukorejo berikan kepada masyarakat calon nasabah maupun nasabah. Hal ini akan memberikan rasa kepuasan tersendiri yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini

merupakan salah satu strategi dalam mempertahankan dan menambah nasabah di BPRS Asad Alif Sukorejo.

Masyarakat menginginkan sesuatu hal yang memudahkan segala aktifitasnya, salah satunya kemudahan dalam mewujudkan keinginannya untuk melaksanakan ibadah haji. Masyarakat memiliki keinginan yang sangat besar untuk bisa melaksanakan ibadah haji dengan adanya produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo merupakan salah satu kemudahan yang masyarakat dapatkan serta prosedur dan ketentuan yang ada dalam produk tabungan haji sangat memudahkan masyarakat dan tidak menjadi beban yang sangat memberatkan. Dengan syarat dan ketentuan yang tertera cukup menarik minat masyarakat untuk mengambil produk tabungan haji.

Yang menjadi hambatan bagi masyarakat dalam mengambil produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo yaitu salah satunya dari faktor keuangan dan dari hasil wawancara yang penulis lakukan apakah hambatan utama yang dialami yaitu keuangan dan hal tersebut mengurungkan minat untuk menjadi nasabah? Rata-rata mata pencaharian masyarakat sukorejo yaitu petani sawah, petani kebun, petenak, pengusaha kecil, serta pedagang pasar. Penulis melakukan wawancara di sekitar pasar sukorejo dan sekitarnya. Yang menjadi masalah utama yaitu keuangan, tetapi karena adanya kemudahan di dalam produk tabungan haji dengan setoran tanpa minimum ini sangat memudahkan nasabah dan akan menjadi pertimbangan bagi calon nasabah sehingga hal ini akan sangat memungkinkan bagi masyarakat untuk tetap mewujudkan keinginannya untuk beribadah haji.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah pembahasan permasalahan diatas maka penulis menarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Faktor yang mempengaruhi BPRS Asad Alif Sukorejo melakukan strategi pemasaran yaitu untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di BPRS Asad Alif Sukorejo. BPRS Asad Alif Sukorejo menilai keinginan masyarakat untuk beribadah haji sangat tinggi namun masyarakat minim wawasan, sehingga stategi dari BPRS diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi salah satu wadah masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji. Selain banyaknya para pesaing, baik dari kalangan bank, BMT, maupun biro perjalanan. BPRS Asad Alif Sukorejo ingin memberikan produk dengan syarat dan ketentuan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Agar meningkatkan minat masyarakat serta memperthankan nasabah.
2. Ada beberapa hambatan yang dialami BPRS Asad Alif Sukorejo maupun yang dialami msyarakat dalam melaksanakan keinginannya untuk beribadah haji. Perkembangan bank-bank syariah mengalami kendala dalam proses strateginya karena banyak bank syariah, konvensional maupun biro perjalanan haji. Kendala lain yaitu belum tersedianya sumber daya manusia secara memadai yang mengerti dan mendalami syariah. Faktor yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Sukorejo yang hidup di bawah garis kemiskinan. Namun keinginan masyarakat Sukorejo untuk menunaikan ibadah haji cukup tinggi.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak BPRS Asad Alif Sukorejo lebih meningkatkan strategi pemasaran baik yang selama ini digunakan maupun yang sudah di

susun dan yang akan dilaksanakan, melalui strategi produk, strategi harga, strategidistribusi,strategi promosi yang berlandakan pada prinsip syariah kepada masyarakat

2. BPRS Asad Alif Sukorejo lebih meningkatkan sumber daya manusia, infrastruktur, system, meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, agar lebih siap dalam menghadapi persaingan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aqilla Umi, "*Panduan Praktis Haji & Umrah*", Jakarta: Al-Maghfiroh, 2013.
- Ahmad Tanzeh, "*Pengantar Metodologi Penelitian*", Yogyakarta: Teras, 2009.
- Ismail, "*Perbankan Syariah*", Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.
- Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", Jakarta: PT, Raja Grafindo, 2003.
- Khaerul Umam, "*Manajemen Perbankan Syariah*", Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- LidyaMongi, L. Mananeke, A. Repi, ""Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan pembelian Kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado". EMBA. Vol 1 No. 4, 2013, Ali Hasan," *Marketing Bank Syariah*", Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- MakhalulIlmi, "*Teoridan Praktek Mikro Keuangan Syariah*", Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Marius P. Angipora, "*Dasar-Dasar Pemasaran*", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Nugroho, "*PerilakuKonsumen*", Jakarta: Prenadamedia .2003.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*", Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kolter dan Gary, "*Prinsip-prinsip Pemasaran*", Jakarta: Erlangga.2001.
- Philip Kotler, "*Dasar-Dasar Pemasaran*", Jakarta: CV Intermedia, 1987.
- Shihab Quraish, "*Haji dan Umroh*", Tangerang: Lentera Hati, 2012.
- Sugiono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*", Bandung: Alfabeta, 2016.
- Setiawan Hari Purnomo dan Zulkie flimansyah, "*Manajemen Strategi*", LPFE UI, Jakarta.
- Usman Rachmadi, "*Aspek-Aspek Hukum Perbankan Di IndonesiA*", Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Yusmad Muammar Arafat, "*Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Dan Praktik*", Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Wawancara dengan Ibu Ana Wafiah Di Kantor BPRS Asad Alif Sukorejo pada tanggal 29 April 2019

Brosur Tabungan BPRSAsad Alif Sukorejo

Company Profil BPRS Asad Alif Sukorejo

Landasan Operasional BPRS Asad Alif Sukorejo.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : MaulidaDewiAz-Zahra
Tempat dan Tanggal lahir : Kendal, 26 Juli 1998
Umur : 20 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum menikah
Alamat :SekopekWetan Rt. 04 Rw. 01 Sarirejo
Kaliwungu
Telp : 0895384070840
Alamat E-mail : maulidadewiazzahra@gmail.com

B. Pendidikan

Pendidikan Formal


2003-2010 : SDN 01 SarirejoKaliwungu
2010-2013 : SMP Negeri 1 Kendal
2013-2016 : SMA Negeri 1 Kaliwungu
2016-2019 : D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang


LAMPIRAN

		TANDA TERIMA ANGSURAN	
No.	Nama dan Nomor Cicilan		Nomor Rekening
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
	<input type="text"/>		<input type="text"/>
	Untuk membayar Angsuran Pokok ke		Tgl.
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

	PT BANK ACEH KANTOR UTARA BANDA ACEH		TANDA TERIMA ANGSURAN	
	ASAD ALIF			
No.	Tanggal Terima dari Nama Debitur	011236	Nomor Rekening	
			No.	
			Tgl.	
	Nama Pembiayaan Angsuran Periklanan			
	Thawar Mark Up Sales Tambahan	Rp Rp Rp Rp		

[illegible]

	PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH ASAD ALIF	Tanggal:
<p>Bismillahirrahmanarrahim</p> <p>Sudah terima dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah Asad Alif Penarikan Tabungan Mudharabah sebesar :</p> <p>Tertanggal _____</p> <p>No Rekening - - </p> <p>Atas Nama _____</p> <p style="text-align: right;">Rp. </p> <p style="text-align: right;">Tanda Tangan _____</p>		
BUKTI PENARIKAN TABUNGAN		

	PT BANK PEMBANGUNAN RAKYAT SYARIAH ASAD ALIF	BUKTI SETORAN	No. 010284 TANGGAL :														
JENIS SETORAN : <input type="checkbox"/> TABUNGAN WADIAH <input type="checkbox"/> DEPOSITO <input type="checkbox"/> PEMBIAYAAN MUSTAHAKAH <input type="checkbox"/> TABUNGAN MUDHARABAH <input type="checkbox"/> PIUTANG MURABAHAH <input type="checkbox"/> LAINNYA																	
NOMOR REKENING : <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; display: inline-block;"></div>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">PERINCIAN</th> <th style="width: 50%;">JUMLAH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td style="text-align: center;">JUMLAH</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		PERINCIAN	JUMLAH											JUMLAH	
PERINCIAN	JUMLAH																
JUMLAH																	
NAMA DAN ALAMAT REKENING <div style="border: 1px solid black; height: 40px; margin-top: 5px;"></div>		Terbilang : <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 20px; display: inline-block;"></div>															
Cap & Tanda Tangan Kasir <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 30px; margin-top: 5px;"></div>		Nama & Tanda Tangan Penyetor <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 30px; margin-top: 5px;"></div>															

[illegible]